

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh kepercayaan pelanggan, nilai yang dirasa dan hambatan beralih terhadap retensi pelanggan pada pengguna Iphone di Surabaya. Data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data kuantitatif yang diperoleh dari kuesioner. Jumlah sampel yang digunakan sebanyak 82 kuesioner. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linear berganda dan dianalisis dengan menggunakan SPSS 16.

Berdasarkan hasil uji signifikansi maka diperoleh hasil antara lain:

1. Variabel kepercayaan pelanggan berpengaruh tidak signifikan terhadap retensi pelanggan pada pengguna Iphone di Surabaya.
2. Variabel nilai yang dirasa berpengaruh tidak signifikan terhadap retensi pelanggan pada pengguna Iphone di Surabaya.
3. Variabel hambatan beralih berpengaruh signifikan terhadap retensi pelanggan pada pengguna Iphone di Surabaya.

5.2 Keterbatasan Penelitian

1. Responden pengguna Iphone belum mencakup kalangan luas. Berdasarkan identifikasi responden pada penelitian ini ditemukan bahwa beberapa karakteristik responden mendominasi responden keseluruhan. Dapat dilihat dari usia dimana responden dengan usia 16-24 tahun sangat mendominasi

responden keseluruhan dari penelitian ini sulitnya mengidentifikasi pengguna Iphone di Surabaya dengan usia di atas 25 tahun.

2. Menurut identifikasi karakteristik responden berdasarkan pendidikan didominasi oleh pelajar/mahasiswa. Berdasarkan data tersebut mengindikasikan bahwa pengguna Iphone lebih didominasi oleh kalangan pelajar yang belum berpenghasilan tetap. Sehingga, hasil penelitian belum sesuai dengan karakteristik responden. Dan akibatnya ada 2 variabel yang berpengaruh tidak signifikan.

5.3 Saran

Berdasarkan hasil analisis penelitian yang telah disimpulkan, maka peneliti dapat memberikan saran-saran yang dapat bermanfaat bagi pihak-pihak terkait :

1. Bagi Iphone
 - a. Berdasarkan pertanyaan terbuka pada lembar kuesioner kebanyakan responden mengeluh pada borosnya daya baterai. Saran peneliti bagi perusahaan agar memperbaiki lagi daya baterai pada produk Iphone.
2. Bagi peneliti selanjutnya
 - a. Untuk mendapatkan hasil yang lebih baik maka disarankan peneliti selanjutnya untuk lebih memperhatikan pada pemilihan responden. Agar hasil penelitian bisa tercapai dengan memuaskan.
 - b. Menambahkan atau memperbaiki instrumen penelitian bisa dengan cara menambah jumlah indikator item pertanyaan dan menambah jumlah variabel.

DAFTAR RUJUKAN

Budi Hartono*, Umi Wisapti Ningsih, dan Nila Fithria Septiarini 2011.”*Buletin Peternakan Vol. 35(2): 137-142, Juni 2011.*

Carmen R. Wilson VanVoorhis and Betsy L. Morgan, 2007. “Understanding Power and Rules of Thumb for Determining Sample Sizes”.*Tutorials in Quantitative Methods for Psychology 2007, vol. 3 (2), p. 43-50.*

C.Trihendradi. 2012.*Step by Step SPSS 20 : Analisis Data Statistik.* Jakarta: Andi Publisher.

Fandy Tjiptono. 2008. “*Strategi Pemasaran*”. Andi Yogyakarta.

<http://infohandphone.com>

<http://wisnu3ds.wordpress.com>

Ike Kusdyah 2012. “Persepsi Harga, Persepsi Merek, Persepsi Nilai, Dan Keinginan Pembelian Ulang Jasa Klinik Kesehatan (Studi Kasus Erha Klinik Surabaya)”. *Jurnal Manajemen Pemasaran, Vol. 7, No. 1, April 2012*

Imam Ghozali, 2011. Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 20. Edisi Enam, Semarang : Badan penerbit Universitas Diponegoro.

Juliansyah Noor.2011. *Metodologi Penelitian Skripsi,Tesis,Dsertasi, dan Karya Ilmiah.* Jakarta : Kencana

Kotler, Philip dan Keller. 2008. “*Prinsip-prinsip Pemasaran*”. Jakarta : Erlangga.

Kotler, Philip, dan G. Armstrong. 2010. *Marketing In Introduction*. New Jersey :
Person

Manoj Edward, Sunil Sahadev. 2011. "Role of switching costs in the service quality, perceived value, customer satisfaction and customer retention linkage". *The current issue and full text archives of this journal is available at www.emeraldinsight.com/1355-5855.htm*

Muhammad Zaman Sarwar, Kashif Shafique Abbasi, Saleem Pervaiz. 2012. "The Effect of Customer Trust on Customer Loyalty and Customer Retention: A Moderating Role of Cause Related Marketing". *Global Journal of Management and Bussiness Research*

Mochamad Zainul Arief. 2008. "Pengaruh Kepuasan, Kepercayaan dan Komitmen terhadap Loyalitas Pelanggan Online Shop Kaskus". Skripsi Sarjana tak diterbitkan, STIE Perbanas Surabaya.

Naresh K.Malhotra. 2009. Riset Pemasaran . PT INDEKS.Jakarta.

Seideh Nasrin Danesh, Saeid Ahmadi Nasab, Kwek Choon Ling. 2012. "The Study of Customer Satisfaction, Customer Trust and Switching Barriers on Customer Retention in Malaysia Hypermarkets". *International Journal of Bussiness and Management*.

Sekaran, Uma. 2009. "Metodologi Penelitian untuk Bisnis". Jakarta : Salemba Empat.